Stratégie marketing

Niveau d'étude
BAC +2

Composante
Institut Universitaire de Technologie Le Creusot

Présentation

Description

Contribution au développement de la ou des compétences ciblées :
– Mettre en oeuvre une stratégie marketing pertinente selon l'activité et le marché
– Utiliser les outils d'analyse pour positionner durablement les facteurs clés de succès
– Appréhender les facteurs et enjeux des environnements complexes à un ou plusieurs niveaux
– Identifier les étapes de la démarche marketing complexe intégrant une approche éthique et responsable

Objectifs

– Composants d'une stratégie marketing en environnement complexe
– Éléments clés des spécificités d'un marché ou d'une activité : B to B, produit ou service, commerce international, activité digitale, etc., en cohérence avec le contexte local, national ou international

Heures d'enseignement

TD	Travaux Dirigés	15h

Modalités de contrôle des connaissances

Évaluation initiale / Session principale - Épreuves

Type d'évaluation	Nature de l'épreuve	Durée (en minutes)	Nombre d'épreuves	Coefficient de l'épreuve	Note éliminatoire de l'épreuve	Remarques
CCI (contrôle continu intégral)	CC : Ecrit et/ou Oral			3		